

EFEKTIFITAS *TABAYYUN* DI MEDIA *ONLINE* BAGI GENERASI MILENIAL

Eny Latifah

Intitut Agama Islam Tarbiyatut Tholabah Lamongan, Indonesia

E-mail: eni.lathifah@gmail.com

Abstract: *The aim of the research is to make the millennial generation aware of the importance of Tabayyun in reviewing hoax information both in the real world and in cyberspace which is often spread on online media such as Facebook, Instagram, and others. With this study, it is hoped that the millennial generation can realize peace in this world; especially in Indonesia.*

This research method uses a qualitative approach using developmental studies with the Hypodermic Needle Theory theory or the syringe theory. Data collection was carried out by observation, interviews, documentation, data analysis and data validity including validity testing, lengthening observations, research persistence and triangulation. Then the authors drew conclusions from the results of relevant information.

The results showed Tabayyun or re-assessment in examining information from social media; for the millennial generation, it is very important as a hoax and contains slander that is still circulating in cyberspace and that has spread in the real world. Tabayyun also has an important role in maintaining the peace of the ummah so as not to be swallowed up by hoaxes and can live peacefully in the community.

Keywords: *Effectiveness, Tabayyun, Social Media and Millennial Generation*

Pendahuluan

Era Digital membawa perkembangan pesat untuk penyebaran informasi di dunia Maya. Masyarakat sudah tidak lagi asing menggunakan media online dalam mencari informasi yang ingin mereka ketahui. Media online sendiri memiliki beberapa variasi bentuk seperti youtube, instagram, facebook, twitter, dan lain-lain.

Internet adalah suatu jaringan yang menghubungkan jaringan-jaringan, *Personal Computer* (PC), *Wide Area Network* (WAN) di seluruh dunia. Internet atau *International Network* tidak ada yang menguasai dan tidak ada yang memiliki. Setiap orang yang terhubung ke internet merupakan pengelola dan perpanjangan internet.¹

Menurut Ahmad Setiadi, perkembangan penggunaan media internet sebagai komunikasi menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telepon seluler dan bahkan kemudian muncul istilah telepon pintar (*smartphone*). Hadirnya

¹ Abraham A, *Sukses menjadi Artis dengan YouTube*, (Surabaya: Reform Media, 2011), hal 19.

smartphone, fasilitas berkomunikasi pun beraneka macam, mulai dari sms, mms, *chatting*, *email*, *video live*, dan lain-lain yang menyangkut dengan fasilitas sosial media.² Penggunaan *smartphone* yang juga semakin lama semakin bertambah dengan fitur yang disediakan oleh para produsen seluler, salah satu contoh adalah kita dapat menonton video bahkan siaran televisi sekalipun hanya dengan mengetik dan mencarinya dimesin pencarian seperti *Google*.

Media sosial umumnya adalah sebuah wadah untuk bersosialisasi di dunia maya, tetapi perkembangan zaman menunjukkan pemanfaatan adanya media sosial mampu menghantarkan kepada pengguna yang kreatif dan inovatif dalam menyampaikan segala bentuk aspirasi visual dan audio dalam sebuah konten video di youtube mampu memberikan donasi pundi-pundi rupiah bagi pembuat yang memang viral dan di sukai penggunanya.

Generasi *millennial* yang merupakan pengguna internet secara umum kurang mampu memilah informasi. Dewasa ini nampaknya telah terjadi kecenderungan pengguna internet yang sering mengenyampingkan nilai-nilai moral dan etika dalam berkomunikasi dan menyebarkan informasi di media sosial. Padahal dalam tatanan sosial, etika sangat diperlukan guna menghindari terjadinya pergesekan yang berujung kepada konflik. Hal ini memicu penyebaran berita *hoax* di masyarakat. Mengutip dari tulisan Gun Gun Heryanto, *hoax* dalam *Cambridge Dictionary* adalah rencana untuk menipu sekelompok besar orang; bisa juga diterjemahkan sebagai tipuan. Pada intinya, *hoax* adalah penyebaran informasi yang masif tidak berdasarkan data yang benar sebagai tipuan untuk memperdaya masyarakat.

Semakin merosotnya moral para pelajar merupakan salah satu akibat dari pesatnya perkembangan teknologi yang tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas budi pekerti pelajar, padahal perkembangan teknologi memang sangat dibutuhkan bangsa ini untuk dapat terus bersaing di era globalisasi. Kemerosotan moral banyak dipengaruhi oleh kondisi sosial-budaya dalam masyarakat sekitarnya. Lingkungan sosial yang buruk adalah bentuk dari kurangnya pranata sosial dalam mengendalikan perubahan sosial yang negatif. Etika komunikasi serta sikap kritis juga sangat diperlukan.

Artikel yang membahas *hoax* jumlahnya sudah banyak. Ada artikel yang menawarkan solusi memberantas *hoax* dengan pendidikan karakter yang didasarkan pada Al-Quran dan hadits hingga penawaran yang berupa pembuatan aplikasi pembasmi *hoax*. Pada artikel ini penulis akan memaparkan: siapa dan bagaimana karakteristik generasi *millennial*; definisi, sejarah dan ragam *hoax*, serta pengkajian ulang dan reaktualisasi hadis serta penerapan berpikir kritis ala filsafat yang didasarkan pada hadis agar generasi *millennial* dapat membasmi virus *hoax* yang tersebar dan menumbuhkan perdamaian di media sosial hingga di penjuru dunia, khususnya Indonesia.

Landasan Teori

Pengertian Efektifitas

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, pengertian efektifitas berasal dari kata efektif yang berarti akibatnya, pengaruhnya, manfaat, kesamaannya, dapat membawa hasil, berhasil guna, mulai berlaku.³ Menurut Gibson mengemukakan bahwa efektifitas

² Ahmad Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi*, Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika Vol. 16 No. 2, 2016

³Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), hal 250.

adalah pencapaian tujuan dan sasaran yang telah disepakati untuk mencapai tujuan usaha bersama. Tingkat tujuan dan sasaran itu menunjukkan tingkat efektifitas. Tercapainya tujuan dan sasaran itu akan ditentukan oleh tingkat pengorbanan yang telah dikeluarkan.⁴

Efektifitas mengandung arti “keefektifan” (*effectiveness*) pengaruh/ efek keberhasilan, atau kemanjuran/ kemujaraban.⁵ Pengukuran keberhasilan dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditentukan. Disimpulkan bahwa keefektifan pengukuran tersebut dimana suatu target telah tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya.

Suatu peristiwa yang menggemparkan terjadi di suatu daerah, yaitu beberapa orang penduduknya tewas karena keracunan tempe bongkok. Ini namanya suatu fenomena, dan menjadi informasi jika ada orang yang melihatnya atau merekamnya.⁶ Walaupun hanya berupa penglihatan dari orang yang menyaksikan tersebut, jika diceritakan kepada orang lain maka itulah yang disebut informasi.

Informasi pada zaman sekarang ini sangat mudah didapat karena lebih mengandalkan teknologi, pengguna yang mengakses internet dapat berbagai macam informasi hanya dengan mencarinya di situs seperti Google.⁷ Mulai dari tips-tips, berita, pembelajaran dan sebagainya terdapat banyak informasi didalamnya.

Arti Media Online

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.⁸ Sedangkan *online*, dapat dipahami sebagai keadaan konektivitas (ketersambungan) mengacu kepada internet atau *world wide web (www)*. *Online* merupakan bahasa internet yang berarti “informasi dapat diakses di mana saja dan kapan saja” selama ada jaringan internet (konektivitas).⁹

Secara umum yang disebut media *online* adalah segala bentuk media yang hanya dapat diakses melalui internet. Sedangkan secara khusus yang dimaksud media *online* adalah segala jenis media massa yang dipublikasikan melalui internet secara *online*, baik itu segala jenis media cetak maupun elektronik.¹⁰ Penggabungan kedua media baik cetak maupun elektronik yang disajikan melalui internet, itulah media *online*.

Sajian informasi media *online* tidak dibatasi ruang (halaman) seperti surat kabar dan tidak dibatasi waktu (durasi) seperti dialami radio dan televisi. Media *online* bisa memuat semua komponen-teks (transkrip), video, audio, juga foto dan semua tampil berbarengan.¹¹ Bermodalkan internet, pembaca ataupun penonton dengan sangat mudah mengakses ataupun mencarinya pada alamat (situs) yang sedang dilihat tersebut. Mereka bahkan dapat memberi komentar langsung terkait dengan yang sedang dibaca dan dapat berinteraksi dengan pembaca yang lain.

⁴JL. Gibson, JM. In Vancevich, dan JH. Donnelly, *Organisasi*, terjemahan Agus Dharma, (Jakarta: Erlangga, 2001), hal 120.

⁵Barda Nawawi Arief, *Kapita Selekta Hukum Pidana*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003) hal. 85

⁶Pawit M. Yusup, dan Priyo Subekti, *Teori & Praktik Penelusuran Informasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010) hal 1.

⁷Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2014), hal 18.

⁸Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal 119.

⁹Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2014), hal 12.

¹⁰Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hal 89.

¹¹Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2014), hal 29.

Salah satu pembeda antara media *online* dan media lainnya yaitu faktor kecepatan. Jika media cetak diperlukan waktu untuk mengolah, mencetak, dan mendistribusikan, media siber memangkas tahapan-tahapan ini dan dapat diakses di manapun.¹² Masyarakat dapat mengakses apapun dengan *smartphone* yang dimilikinya, hanya bermodalkan paket data (kuota internet).

Definisi Hoax

Hoax menurut Mursalin Basyah adalah senjata paling ampuh dalam menghancurkan umat di tiap generasi manusia. Menurutnya informasi *hoax* biasanya selalu masuk akal dan menyentuh sisi emosional, sehingga orang yang menerima berita tersebut tidak sadar sedang dibohongi. Bahkan menganggap dengan mudah bahwa berita tersebut adalah fakta dan harus disampaikan pada orang lain yang dianggap membutuhkan. Dalam sejarah Islam yang lain perjalanan *hoax* di masa Siti Maryam ibu Nabi Isa yang dituduh berbuat keji sehingga melahirkan anak tanpa kehadiran seorang bapak. Hinggakemudian Allah mengklarifikasi tuduhan terhadap Maryam tersebut dalam sebuah wahyu yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Maryam ayat 28, Artinya: "Hai saudara perempuan Harun, ayahmu sekali-kali bukanlah seorang yang jahat dan ibumu sekali-kali bukanlah seorang pezina". (Agama, 1989, p. 465) Di masa Nabi Musa *hoax* juga mewarnai perjalanannya dalam menyebarkan risalah. Fir'aun sebagai penguasa menyebarkan berita bohong bahwa Nabi Musa adalah seorang tukang tenung atau penyihir yang akan merebut kekuasaan ayah angkatnya, meskipun dia mengetahui yang dibawa Nabi Musa adalah mu'jizat bukan sihir (QS. As-syuara: 34-35). Artinya: "Fir'aun berkata pada pembesar-pembesar yang berada disekelilingnya; "sesungguhnya Musa ini benar-benar seorang ahli sihir yang pandai, ia hendak mengusir kamu dari negerimu sendiri dengan sihirnya; maka karena itu apa yang kamu anjurkan?" (QS, Asy-Syu'ara': 34-35) (Agama, 1989, p. 575)

Kisah-kisah di atas merupakan sekelumit dari sekian banyak sejarah *hoax* menyertai perjalanan manusia yang diawali dari adanya manusia pertama, hingga sampai pada generasi selanjutnya tak terkecuali di era global saat ini. Artinya dalam situasi dan perkembangan telematika persoalan-persoalan komunikasi sangat mendominasi dunia kontemporer. Kita sangat dekat dan mudah terjangkau virus *hoax* yang bersumber dari dunia maya. Hal ini setiap saat bisa terjadi karena pada kenyataannya perkembangan media --media massa dari stasiun dan kantor media cetak tetap—bergeser menjadi bergerak dalam "telapak tangan kita". Munculnya *smartphone* menjadikan dunia dalam satu genggam. Setiap kejadian bersifat *real time* yaitu dapat dikomunikasikan saat itu juga dengan segmentasi ke penjuru dunia. Komunikasi inilah yang menjadi sorotan dalam tulisan ini karena dengan berbekal pengetahuan yang dibingkai etika Islam, seseorang akan dapat mengkonstruksi pesannya dalam bentuk yang sebenar-benarnya, jujur, dan yang terpenting tidak merugikan orang lain.¹³

Viral Informasi Hoax Di Media Sosial

Informasi *hoax* telah merambah pada berbagai macam media sosial; *whatsap* (WA), email, instagram, *facebook*, BBM, dan sebagainya. Penyebaran berita *hoax*

¹² Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), hal. 131.

¹³ Istriyani, R. dkk, *Etika Komunikasi Islam Dalam Membendung Informasi Hoax Di Ranah Media Sosial Dan Media Masa* (jurnal ilmiah, no. 36) hal 299-300

bertujuan untuk mempengaruhi pembaca dengan informasi palsu sehingga pembaca mengambil tindakan sesuai dengan isi berita *hoax* tersebut. Sebagai pesan palsu dan menyesatkan, *hoax* juga dapat menakut-nakuti orang yang menerimanya, diidentifikasi dan diklasifikasikan.¹⁴

Fenomena informasi *hoax* yang sedemikian masif berkembang di masyarakat yang secara samar dibiarkan tanpa sadar telah meningkatkan kebodohan, kebencian, permusuhan, pertikaian, perpecahan dalam masyarakat. Perkembangan informasi *hoax* telah menyebar ke berbagai sektor kehidupan, yang meliputi bidang; pendidikan, politik, sosial, ekonomi, seni-budaya, dan sebagainya.

Informasi *hoax* juga dimanfaatkan di bidang keagamaan. Kita dikagetkan dengan viral video tentang air terjun di Gunung Uhud, entah tujuannya agar kita semakin waspada dan lebih mendekatkan diri kepada Allah untuk senantiasa meningkatkan ketakwaan karena di situ juga didengarkan pembicaraan bahwa fenomena tersebut sebagai pertanda kiamat. Video ini dikaitkan dengan sabda Nabi Muhammad bahwa salah satu tanda kiamat apabila gurun pasir Arabia menghijau dan bersalju. Tujuan informasi berbentuk gambar ini memang baik, tapi *content*-nya adalah *hoax*.

Pada tahun 2015 beredar kabar bahwa asteroid terbesar akan menabrak bumi antara tanggal 15-28 September 2015 yang akan menyebabkan kiamat. Manager Kantor *Near-Earth Object* NASA, Paul Chodas, secara resmi menepis rumor tersebut seperti yang diberitakan pada Daily Mirror. NASA menyatakan tidak ada dasar ilmiah yang membuktikan Asteroid atau benda langit lainnya akan berdampak terhadap bumi pada tanggal yang diprediksi Efrain Rodriguez. "Jika ada kerusakan yang cukup besar pada bulan September, kita akan melihat sesuatu dari itu sekarang," jelasnya dalam Daily Mirror. Meskipun telah ada bantahan resmi dari NASA, namun berita *hoax* 'kiamat 2015' itu telah menyebar ke ruang privat semua pengguna *smartphone* seluruh dunia.¹⁵

Teori Uses And Gratification

Teori pendukung yang berhubungan dengan penelitian dalam skripsi ini menggunakan teori *Uses and Gratification*. Teori ini mengacu pada pemilihan media yang digunakan khalayak dalam menggunakan untuk memenuhi kebutuhannya dalam mencari sesuatu yang diinginkan, sesuai dengan fenomena yang terjadi pada latar belakang masalah penelitian ini, yakni mengenai kegunaan *YouTube* dalam menyebarluaskan berita videonya.

Teori *Uses and Gratification* pertama kali dikemukakan oleh Herbert Blummer dan Ellihu Katz pada tahun 1974, teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran lebih aktif untuk memilih media tersebut. Pengguna merupakan pihak yang aktif dalam usaha memuaskan kebutuhannya.¹⁶Teori ini lebih tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media, bukan apa yang dilakukan media terhadap seseorang (khalayak). Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini memusatkan perhatian pada penggunaan

¹⁴ Kholis, N..*Melawan Budaya Informasi Hoax* . Dalam A. Wahyudin, & M. Suantari, *Melawan Hoax di Media Sosial dan Media Massa* (Trust Media Publishing: Yogyakarta.2017) hal 112-113

¹⁵Syahputra, H. . *Melepas Hoax dari Genggaman Kita* . Dalam A. Wahyudi, & M. Suantari, *Melawan Hoax di Media Sosial dan Media Massa* (Yogyakarta: Trust Media Publishing, 2017) hal.125-126.

¹⁶ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007). hal 191.

(*uses*) medias untuk mendapatkan pemenuhan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang.¹⁷

Media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayaknya adalah media yang efektif, karena media menganggap khalayak memiliki motif-motif tertentu dalam menggunakan media.¹⁸ Orang memilih media yang digunakan karena untuk memenuhi kebutuhannya, keinginan memilih tersebut dilakukan atas keinginan yang dianggap sebagai motif tersebut.

Prinsipnya, teori *uses and gratification* memberikan kerangka berfikir untuk memahami kapan dan bagaimana individu mengonsumsi produk-produk media menjadi lebih atau kurang aktif dan berdampak pada meningkatnya atau menurunnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan motif ingin mengetahui obyek penelitian secara naratif atas aspek yang ada di sekitarnya agar bisa mendapatkan data yang baik dan benar dalam menelaah informasi lebih dalam lagi atas info yang bersumber dari media online yang semakin hari banyak unsur hoax yang tidak mudah untuk dikendalikan.

Menelaah segala data yang di dapatkan lebih mendalam agar tujuan dari penelitian bisa tercapai sehingga dapat mewujudkan karya yang nantinya bisa dijadikan referensi bagi pembaca atau penulis berikutnya.

Hasil Penelitian

Jika dianalisis secara ontologi, maka perkembangan ilmu dalam temuan inovasi baru, berakibat kepada perubahan cara pandang tentang ilmu pengetahuan. Kondisi ini memiliki peran penting membentuk peradaban dan kebudayaan manusia. Namun semakin maju pengetahuan, semakin meningkat hasrat keinginan manusia yang sampai menghalalkan segala cara, serakah dan tamak untuk mencapai tujuannya. Akibatnya ilmu pengetahuan dan hasilnya tidak manusiawi lagi, bahkan cenderung memperbudak manusia sendiri yang telah merencanakan dan menghasilkannya suatu temuan tersebut. Kecenderungan yang merugikan bahkan menimbulkan dampak buruk dan mengancam keamanan dan kehidupan manusia, dewasa ini dapat dicontohkan dalam perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi berdampak muncul kejahatan-kejahatan modus baru, seperti halnya perkembangan virus *hoax* yang telah merajalela.

Gaya hidup *selfish*. Setiap kesempatan *selfie* dan *welfie*. Sungguh merupakan hal ironi dalam kehidupan sosial. Gejala peradaban yang dihadapkan pada indikasi anti sosial-ansos. Sering dilihat pada suatu pertemuan, jamuan atau perhelatan silaturahmi, pemandangan yang menjadi trend kekinian hidup adalah *smartphone*, *gadget*, *ipad*. Masing-masing individu dengan dunianya sendiri, padahal mereka duduk berdempetan dan bersebelahan namun hati, pikiran dan pandangan mata tertuju pada hasil teknologi yang berada di genggamannya berupa ponsel.

Kesadaran muncul dalam lingkungan ilmuan yang prihatin akan perkembangan telekomunikasi dan informasi yang membahayakan masa depan kehidupan umat manusia dan bumi. Untuk itulah maka epistemologi ilmu bertugas menjawab pertanyaan mengenai bagaimana proses pengetahuan yang masih berserakan dan tidak teratur itu

¹⁷ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hal 206.

¹⁸ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hal 124.

menjadi suatu ilmu, bagaimana prosedur dan mekanismenya, hal-hal apa yang harus diperhatikan agar mendapatkan pengetahuan yang benar, apa yang disebut kebenaran itu sendiri, bagaimana kriteria sebuah kebenaran, bagaimana cara, teknik, sarana yang dapat membantu dalam mendapatkan pengetahuan yang berupa ilmu.

Tiang penyangga filsafat ilmu yang ketiga adalah aksiologi ilmu. Setiap ilmu pengetahuan menghasilkan teknologi yang kemudianditerapkan pada masyarakat. Proses ilmu pengetahuan menjadi sebuah teknologi tujuannya adalah dimanfaatkan bagi kemashalatan manusia. Dalam konteks seperti ini, seorang ilmuan yang menemukan suatu teknologi dihadapkan pada kepentingan-kepentingan pribadi bersifat komersial atautkah kepentingan masyarakat yang memiliki fungsi sosial. Persoalan etika keilmuan akan membawa kepada masalah bebas nilai. Untuk itulah tanggungjawab seorang ilmuan haruslah dituntut dan ditempatkan pada posisi yang tepat, tanggung jawab akademis, dan tanggung jawab moral.

Penekanan mencari hakikat “nilai” dari suatu ilmu dilakukan dengan aksiologi. Berasal dari perkataan *axios* (Yunani) yang berarti nilai dan *logos* yang berarti teori. Hal ini berarti aksiologi adalah teori tentang nilai. Nilai yang dimaksud adalah suatu yang dimiliki manusia untuk melakukan berbagai pertimbangan tentang apa yang dinilai. Teori tentang nilai dalam filsafat mengacu pada permasalahan etika dan estetika.

Etika menilai perbuatan manusia. Obyek formal etika adalah norma-norma kesusilaan manusia. Dengan kata lain “etika” mempelajari tingkah laku manusia ditinjau dari segi baik dan tidak baik di dalam suatu kondisi yang normatif. Kondisi Normatif yaitu suatu kondisi yang melibatkan norma-norma. Estetika berkaitan dengan nilai tentang pengalaman keindahan yang dimiliki oleh manusia terhadap lingkungan dan fenomena di sekelilingnya. Nilai itu objektif atautkah subjektif sangat tergantung dari hasil pandangan yang muncul dari filsafat. Nilai akan menjadi subjektif, apabila subjek sangat berperan dalam segala hal. Kesadaran manusia menjadi tolak ukur segalanya, begitupun dengan eksistensinya, maknanya dan validitas nilai tergantung pada reaksi subjek yang melakukan penilaian tanpa mempertimbangkan apakah ini bersifat psikis atau fisis.

Penjelasan mengenai ontologi, epistemologi dan aksiologi di atas bisa diterapkan dalam upaya pengentasan *hoax*. Studi hadis (*hadith studies*) sebagai salah satu bagian *Islamic studies* harus melakukan aktivitas integrasi keilmuan dengan ilmu-ilmu yang muncul dan berkembang pada era modern, diantaranya adalah ilmu-ilmu sosial (*social sciences*), ilmu komunikasi, dan filsafat. Ketiga bidang ilmu ini bisa saling berdialektika dan bertukar pikiran, sehingga memungkinkan terjadi perubahan, pergeseran, perbaikan, dan penyempurnaan kembali. Patut disadari bahwa pada era modern ini, studi hadis membutuhkan perangkat metodologis yang lebih modern sebagai hasil elaborasi dengan keilmuan yang bermunculan di era modern. (Afwadzi, 2016) Dengan demikian, perkembangan komunikasi dan informasi dapat tumbuh dengan baik.

Kesimpulan

Informasi dapat diperoleh sangat mudah. Hoax pun merajalela. Teknik berpikir kritis dan etika komunikasi Islam yang baik diperlukan disini. Ketika menerima informasi, diteliti dahulu dari mana informasi juga benar tidaknya informasi tersebut. Salah satu caranya yaitu dengan mengkaji ulang hadis-hadis mengenai etika yang baik dalam berkomunikasi dari segi hermeneutika maupun makna yang terkandung di dalam hadis tersebut. Anjuran bersikap kritis dalam berkomunikasi berkaitan dengan peran

filsafat dalam, efektifitas akan *Tabyyun* akan terlihat jelas bilamana ada dampingan langsung kepada orang tua atas generasi milenial untuk menanggapi hoax yang nantinya akan berdampak negative bagi para generasi Milenial khususnya.

Efektifitas *Tabbayun* dalam media online akan mampu menciptakan perdamaian bilamana sarana dan prasana media online tersebut digunakan secara efektif dan berguna bagi perkembangan dan pengoptimalan daya keilmuan dan kecerdasan bagi negerasi milenial agar dapat menciptakan perdamaian ummat dan tidak saling termakan isu bohong (*Hoax*) dan bisa hidup tenang di lingkungan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Asep Syamsul M. Romli, 2014, *Jurnalistik Online*, Penerbit Nuansa Cendekia: Bandung.
- Barda Nawawi Arief, 2003, *Kapita Selekta Hukum Pidana*, Citra Aditya Bakti: Bandung.
- Hafied Cangara, 2006, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Istriyani, R., & Widiana, N. H. (2016). Etika Komunikasi Islam Dalam Membendung Informasi Hoax Di Ranah Publik Maya. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36(2), 289.
- Kholis, N. (2017). Melawan Budaya Informasi Hoax . Dalam A. Wahyudin, & M. Suantari, *Melawan Hoax di Media Sosial dan Media Massa* (hal. 112-13). Trust Media Publishing: Yogyakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2006, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nawiroh Vera, 2016 *Komunikasi Massa*, Ghalia Indonesia: Bogor.
- Nuruddin, 2007, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Pawit M. Yusup, dan Priyo Subekti, 2010. *Teori & Praktik Penelusuran Informasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: Jakarta
- Rahayu, S. W. (2015, Desember). Kontribusi Filsafat Ilmu terhadap Etika Keilmuan Masyarakat Modern. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, XVII(67), 539-540.
- Rulli Nasrullah, 2014, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Syahputra, H. (2017). Melepas Hoax dari Genggaman Kita . Dalam A. Wahyudi, & M. Suantari, *Melawan Hoax di Media Sosial dan Media Massa* (hal. 125-126). Yogyakarta: Trust Media Publishing.